

Les types de commerces

Information aux enseignants



Ordre de travail	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves s'informent sur les différentes formes d'entreprises. Dans un travail de groupe et une discussion plénière consécutive, ils comparent les diverses formes et représentants des détaillants.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves savent distinguer diverses formes de commerces de détail.• Ils connaissent la différence entre les grossistes et les détaillants.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Matériel de travail
Forme sociale	TI, TG, classe entière
Durée	45 min

Informations supplémentaires:

- Déroulement recommandé:
 1. Les élèves lisent d'abord le texte «Formes d'exploitations».
 2. Ensuite, vous divisez la classe en groupe de 2 ou de 3 élèves. Distribuez les «Types de détaillants» (découpés au préalable) équitablement aux groupes. Ceux-ci sont maintenant appelés à chercher des exemples qu'ils connaissent.
 3. Discutez les exemples avec la classe entière, avec ou sans les informations de fond.
 4. Enfin, les élèves se consacrent au devoir no 1



Types de détaillants (à découper au préalable)

Magasin spécialisé
Magasin spécialiste
Boutique
Grand magasin
Shop in the shop
Supermarché
Discounter
Grande surface (hypermarché)
Marché spécialisé



Centre commercial

**Kiosque et magasin de commodité
(shops de stations-service)**

Magasin d'usine (factory outlet)

Vente par correspondance



Les types de commerces de détail (informations de fond)

Magasin spécialisé

Les **magasins spécialisés** sont des commerces de détail qui proposent des biens d'un certain secteur ou destinés à un certain groupe de consommateurs. Les magasins spécialistes proposent un segment particulier au sein de l'offre spécialisée.

Les deux types de magasins spécialisés se ressemblent certes, mais leur assortiment diffère. Le magasin spécialisé a un assortiment étroit mais profond, c'est-à-dire un grand choix de marchandises d'un secteur bien défini (par ex. magasin de sport). Le **magasin spécialiste** se concentre sur un extrait de ce secteur (par ex. magasin de vélo).

Grâce à leur personnel bien formé et à une grande palette de services, les magasins spécialisés et spécialistes sont capables de répondre aux besoins individuels de leur clientèle. C'est particulièrement important dans le domaine des produits de grande qualité et chers qui exigent un service de conseil compétent.

La **boutique** est une forme particulière de magasin spécialisé. Elle est axée sur un nombre restreint d'articles appartenant à un segment (textiles, bijoux, souliers, articles en cuir, articles de ménage) qui s'adressent à un cercle déterminé de clients. Certaines boutiques sont entièrement dédiées à une jeune clientèle. D'autres essaient d'attirer les clients disposant d'un grand pouvoir d'achat, en proposant des pièces uniques exclusives et en réalisant un agencement luxueux du local de vente.

Grand magasin

Les grands magasins sont les grandes entreprises du commerce de détail. Ils offrent des articles de nombreux secteurs (mode, parfums, articles de papeterie, de ménage, audiovisuel, etc., ainsi que les denrées alimentaires et de luxe).

L'assortiment offert par un **grand magasin** est très vaste, si bien que les clients peuvent acheter presque tout ce dont ils ont besoin sur une seule surface. Dans certains segments, beaucoup de grands magasins ont des assortiments aussi profonds qu'un magasin spécialisé.

Au cours des années passées, les assortiments des grands magasins se sont nettement élargis. En raison du manque de place et des loyers très coûteux dans les centres-villes, certains segments ont été transférés et sont maintenant proposés dans des locaux plus à l'écart (par ex. les meubles).

Les types de commerces

Documents de travail



Shop in the shop

Les grands magasins et certains hypermarchés louent une partie de leur surface de vente à d'autres commerces. Ces «**shops in the shop**» sont tellement bien intégrés dans le local de vente que les deux semblent être une unité aux yeux du client. Cette solution profite aux deux partenaires. Le bailleur cherche des locataires attractifs qui complètent parfaitement son offre. De plus, il n'est pas obligé de gérer le groupe d'articles lui-même et n'en assume pas les risques de vente. Quant au locataire, il profite d'un local bien fréquenté. Il verse un loyer et/ou un pourcentage de son chiffre d'affaires au bailleur.

Supermarché

Les supermarchés sont des entreprises du commerce de détail qui proposent des denrées alimentaires et de luxe de tout type, ainsi que certains produits non alimentaires en complément. Le **supermarché** pourvoit aux besoins des habitants dans un rayon d'un kilomètre environ, en leur offrant des denrées alimentaires et de luxe, ainsi que d'autres biens d'usage courant. Les supermarchés sont très souvent situés au centre de quartiers résidentiels très peuplés ou dans des centres-villes. En Suisse, ce sont les supermarchés qui réalisent la plus grande part du chiffre d'affaires en denrées alimentaires.

Les **discounters** représentent une sous-catégorie de supermarchés. Ils se distinguent par un assortiment relativement étroit et plat, une présentation simple des produits et des prix de vente extrêmement avantageux. Leur réussite se base sur la politique de bas prix qui est possible grâce aux économies rigoureuses des coûts de tous les processus et facteurs de gestion, grâce aux marques propres de grande qualité et à une rotation des stocks rapide d'un assortiment restreint. Au cours des années passées, l'entrée au marché de discounters étrangers (Aldi, Lidl) a mis en branle les gérants de supermarchés existants.

Grande surface (hypermarché)

Les **hypermarchés** sont des détaillants qui proposent un assortiment similaire à celui des grands magasins, mais sur une vaste surface de vente (à partir de 4000 m²). L'étendue et la profondeur de leur assortiment ressemblent à celles du grand magasin. Ils disposent de plusieurs départements non alimentaires (par ex. textiles, ménage, papeterie) et d'un très grand département alimentaire et de produits de luxe.

Les types de commerces

Documents de travail



Marché spécialisé

Les marchés spécialisés sont des grandes surfaces du commerce de détail qui offrent des produits de tout un groupe de besoins dans un local de vente agencé de manière dépouillée et claire.

Le client attend non seulement un grand choix d'articles, mais il veut souvent aussi acheter des produits d'un groupe de besoins entier, comme par exemple le jardinage, le bricolage, le mobilier, l'électroménager, les sports et loisirs, etc. Par son offre, le marché spécialisé essaie de tirer parti de cette nouvelle demande.

Les marchés spécialisés adoptent une politique publicitaire intense, car leur site se trouve loin des centres commerciaux. Ils attirent les clients avec des offres spéciales et des prix très souvent inférieurs à ceux d'un magasin spécialisé. Dans le local de vente, les énormes quantités d'articles motivent les clients à l'achat (poids visuel de la marchandise).

Les marchés spécialisés sont souvent situés à proximité des hypermarchés et centres commerciaux. Ce site augmente leur attrait: les clients peuvent ainsi se déplacer entre le **marché spécialisé**, l'hypermarché et le centre commercial sans effort et couvrir la majorité de leurs besoins en biens de consommation. Il existe aujourd'hui des marchés spécialisés dans plusieurs segments (jardinage, mobilier, électronique/électroménager).

Centre commercial

Le centre commercial réunit sous son toit un grand nombre de commerces de détail et d'autres prestataires de services. Construit comme une unité, il est géré et commercialisé de manière centralisée.

Le **centre commercial** est comparable à un centre-ville avec ses magasins et prestataires de services. Grâce à son offre diversifiée de produits et de services, il constitue une alternative à la ville pour la clientèle.

Les centres commerciaux peuvent fournir, à chacun de leurs clients, la plupart des biens de consommation et satisfaire les besoins à court et à long terme, ainsi que les prestations de services.

Kiosque et magasin de commodité (shop de station-service)

Les **kiosques et magasins de commodité** sont des petits commerces de détail qui proposent certains groupes de produits et de services à des endroits très fréquentés.

Outre une grande palette de produits de presse (médiés imprimés) et de biens de consommation de luxe, leur gamme inclut aussi des denrées alimentaires et des articles non alimentaires, sous une forme satisfaisant aux besoins d'une clientèle pressée (articles de commodité).

Leurs sites, par ex. aux gares et stations-service, permettent aux kiosques et magasins de commodité de profiter d'horaires d'ouverture étendus. Aux heures marginales en soirée (jusqu'à 22 heures), ils génèrent un excellent chiffre d'affaires, et les magasins de commodité réalisent près de 20 pourcent de leurs ventes le dimanche.

Les types de commerces

Documents de travail



Magasin d'usine (factory outlet)

Dans des locaux à grande surface et au caractère d'usine, les **magasins d'usine** (= factory outlet) offrent des produits de marques internationales connues à des prix réduits. Pour la plupart, il s'agit de modèles d'avant-saison, d'excédents ou de modèles discontinués ou d'articles possédant des défauts minimes. Ni l'atmosphère, ni le service de ces magasins d'usine ne sont comparables aux magasins spécialisés.

Afin de ne pas concurrencer les points de vente dans l'espace urbain, les magasins d'usine sont situés loin des centres-villes. Les gérants comptent sur la disposition d'acheteurs amateurs de marques de parcourir des trajets plus longs pour acquérir un produit de marque à prix avantageux et donc de faire une bonne affaire.

La vente par correspondance

Les maisons de vente par correspondance (VPC) sont des commerces de détail qui, au lieu de vendre leurs articles dans un magasin ouvert aux clients, les leur envoient sur commande par la poste ou par un service de coursier.

Aucune autre forme de commerce n'a connu un tel essor durant les dernières années que la vente par correspondance. Ceci est surtout attribuable aux maisons de vente électronique sur Internet. Le shopping en ligne a très vite dépassé en volume la vente par correspondance basée sur les catalogues imprimés. Il est aujourd'hui possible de commander les articles les plus divers sur Internet. Si par le passé, on achetait surtout les vêtements et les produits ménagers, on se fait maintenant envoyer aussi des livres, des appareils électroniques et des denrées alimentaires.

Grâce à l'accès à Internet, les consommateurs peuvent choisir parmi des millions d'articles et se les faire livrer chez eux en très peu de temps. Ceci permet d'atteindre aussi des consommateurs qui n'ont que rarement accès à un grand magasin.

Par ailleurs, l'Internet est aussi une plateforme pour réaliser de nouvelles mesures de marketing et offrir des prestations de services qui permettent une nouvelle croissance aux entreprises: par exemple les ventes aux enchères en ligne (Ricardo, eBay).



Source: Commerce Suisse



Formes d'exploitations

Chaque entreprise commerciale possède certaines particularités distinctes qui la rendent unique. Cependant, les commerces ont aussi des points communs. Si l'on choisit, pour les distinguer, le critère du type de clientèle, on peut faire la différence entre **grossistes** et **détaillants**.

Le commerce de gros assume principalement, au premier échelon, la fonction d'acquisition des biens directement auprès des producteurs et achemine par exemple les matières premières aux usines ou les produits finis aux revendeurs. C'est en provenance des dépôts centraux que les grossistes livrent les produits aux revendeurs et aux commerçants de détail, qui les vendent enfin aux clients, c'est-à-dire aux consommateurs finaux.

Grossiste	Détaillant
	
Les grossistes sont des entreprises qui vendent la marchandise aux revendeurs, distributeurs ou gros clients.	Les détaillants sont des entreprises qui vendent la marchandise au consommateur (client final).

Les types de commerces

Documents de travail



Devoir: Tu as certainement un magasin ou un supermarché favori.

Complète ce questionnaire pour ce magasin. Comparez vos informations en classe.

Nom du magasin:
Catégorie à laquelle il appartient: <input type="checkbox"/> Magasin spécialisé <input type="checkbox"/> Supermarché <input type="checkbox"/> Kiosque / shop de station-service <input type="checkbox"/> Magasin spécifique <input type="checkbox"/> Discounter <input type="checkbox"/> Magasin d'usine <input type="checkbox"/> Boutique <input type="checkbox"/> Hypermarché <input type="checkbox"/> Vente par correspondance <input type="checkbox"/> Grand magasin <input type="checkbox"/> Marché spécialisé <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/> Shop in the shop <input type="checkbox"/> Centre commercial
Quels produits ce magasin offre-t-il?
Qui est le groupe cible de ce magasin?
Y a-t-il des magasins similaires?
Y a-t-il d'autres magasins ou succursales du même nom en Suisse?
Observations supplémentaires: